

34. MOŽNOSTI FUNDRAISINGU PRO ŠKOLU

TÉMA: SYSTÉMOVÁ PODPORA

Anotace

Fundraising se stává nezbytnou součástí práce vedení škol, ale stále více také učitelů samotných. Právě úspěšný fundraising je často tím „kouzlem“, které dělá z některých běžných škol školy mimořádné a umožňuje jim naplnit své vize a poskytovat skutečně kvalitní vzdělání všem dětem. Cest, jak získat pro školu dodatečné peníze, je mnoho. V tomto textu se dotkneme alespoň některých z nich.

Praxe

Fundraising v dnešní terminologii můžeme vnímat jako:

- Metody a postupy, kterými se snažíme získávat finanční a jiné prostředky potřebné pro činnost organizace.
- Umění komunikace, během které usilujeme získat na svou stranu druhé a přesvědčit je o potřebnosti a prospěšnosti naší organizace pro celou společnost.
- Nástroj, s jehož pomocí můžeme druhé podnítit k dobrým skutkům a získat jejich zájem, čas a důvěru.

TIP

Šobáňová, P. Fundraising. Ostrava, 2008.

Zdroje financování škol

I. Veřejné zdroje

Každá škola evidovaná v rejstříku škol a školských zařízení vedeném na MŠMT má zákonný nárok na podporu z veřejných rozpočtů. K podpoře mají přístup školy všech stupňů od mateřských škol až po veřejné vysoké školy. Jejich zřizovatelem může být stát, kraj, obec, církev, firma, soukromá osoba.

TIP

Podpora z veřejných rozpočtů je základním zdrojem, který zajišťuje finanční stabilitu škol a školských zařízení. Pro zajištění rozvoje škol však není zdrojem dostačujícím. Rozpočet škol je rozhodně třeba doplnit o další příjmy získané fundraisingem.

Větší část každoročních příjmů škol je garantována dotacemi z veřejného rozpočtu. Právě veřejné rozpočty jsou objemově nejsilnějším a garantovaným finančním zdrojem škol, a to v zásadě bez ohledu na to, o jaký druh školy se jedná. Účel podpory, jak vyplývá ze školského zákona, § 160, pokrývá standardní klíčové rozpočtové položky: náklady spojené s pracovními vztahy (včetně dohod či zákonných odvodů), náklady spojené s výukou (včetně nákladů na učební potřeby, pomůcky, učebnice), náklady na vzdělávání pedagogických pracovníků atd. Rozdíly nastávají v případě pokrytí provozních a investičních nákladů. Objem finanční podpory je vázán na počet žáků školy s tím, že je vykalkulována suma vzdělávacích potřeb na jednoho žáka – tzv. normativ. Soukromé školy mají nárok jen na procentuální část stanoveného normativu. Výše školného však není státem regulována.

2. Formy školského fundraisingu

• Individuální fundraising

jedná se o získávání finančních prostředků od jednotlivců formou daru (peněžitého nebo věcného), veřejné sbírky, dobročinné aukce, dobrovolnictví (individuální). Podmínkou úspěšného dárcovství je propojení čtyř aspektů: vhodný dárc – vhodný účel – vhodný čas – vhodná nabídka. Soukromé osoby jsou fundraisingovým zdrojem se silným potenciálem. Právě pro školské prostředí je tento zdroj mimořádně významný. Potenciálními dárci jsou rodiče žáků a studentů, absolventi školy, zaměstnanci školy, obyvatelé regionu či lokality apod.

• Firemní fundraising

oslovování podniků a firem, zaměřuje se na získání prostředků formou daru (peněžitého či věcného), financí z dobročinné aukce, reklamy, propagace, zapůjčení prostor či techniky. V našich podmínkách se častěji přistupuje k oslovování firemních dárců za účelem získání finanční podpory – jsou opomíjeny možnosti získání podpory v podobě firemních výrobků, slevy při nákupu zboží a služeb, získání služeb zdarma či za režijní cenu, dobrovolná práce zaměstnanců firmy – zapůjčení pracovníka (např. pro pomoc s účetnictvím, přípravou strategického plánu, využitím marketingu pro rozvoj školy), organizace matchingových fondů (forma podpory, která kombinuje individuální a firemní dárcovství – zaměstnanci firmy dobrovolně přispívají pravidelnými srážkami z platu nebo jednorázovými nepravidelnými platbami).

• Doplnková činnost školy,

popř. aktivity neziskových subjektů, které pro školu zajišťují fundraising. Může jít o pronájem prostor školy – tělocvičny, hřiště, bazénu, počítačové učebny, čítárny, dílny, zasedací místnosti apod. Dále může nabídka obsahovat např. kurzy a volnočasové aktivity pro žáky a studenty školy či vzdělávací kurzy jiného typu – jazykové, ekonomické, účetní, mediální, realitní.

- **Nadace, nadační fondy**
prostředky získávané formou projektů, nadační příspěvek/grant, dotace.

Např.:

Nadace ČEZ <http://www.nadacecez.cz/cs/uvod.html>

Vzdělávací nadace Jana Husa <http://www.vnjh.cz/>

Nadace Partnerství <http://www.nadacepartnerstvi.cz/>

Nadace pro rozvoj vzdělávání <http://www.nadaceprovzdelani.cz/>

Nadace Preciosa <http://www.nadace.preciosa.cz/>

Nadace Sophia <http://www.nadacesophia.cz/>

- **Evropská unie**

evropské veřejné zdroje. Více informací poskytuje např. Národní agentura pro evropské vzdělávací programy (NAEP) – programy jsou zaměřeny na rozvoj jednotlivců, žáků/studentů i pedagogů škol. Podporují zejména pobyty a stáže, jazykové kompetence i odbornost, společné aktivity spolupracujících škol, rozvoj vzdělávacích institucí (metodika výuky, osnovy, výukové materiály apod.).

Comenius – zaměřený na předškolní a školní vzdělávání

Erasmus – zaměřený na vysokoškolské vzdělávání

Leonardo da Vinci – zaměřený na odborné vzdělávání

Grundtvig – zaměřený na celoživotní vzdělávání a na vzdělávání dospělých

Norské fondy a fondy EHP – zaměřené na projekty mobility, stáží a institucionální spolupráce

- **Další možné zdroje informací**

NIDM – Národní institut dětí a mládeže <http://www.nidm.cz/o-nidm>

Školský fundraising

Na získávání podpory z různých zdrojů mají nárok všechny školy. Praktikování fundraisingu je legitimní činností škol všech právních typů (příspěvkové organizace, církevní školy, akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným, obecně prospěšné společnosti).

Fundraising je integrální součástí života školy. Jde o činnost, která má svůj řád, systém a pravidla. Fundraisingové vícezdrojové financování je pro školy potřebnou doplňkovou činností, která zmírňuje finanční tlaky, přispívá k rozvoji vzdělávací instituce, případně zajišťuje nadstandard. Ve školském zákoně jsou § 133 vymezeny další možné příjmy školy – příjmy z hlavní a doplňkové činnosti, což představuje svým způsobem limitované podnikání škol, příjmy od zřizovatelů, úplatu za vzdělávání a školské služby (tedy školné a poplatky za účast na volnočasových aktivitách), příjmy z majetku ve vlastnictví školy (příjmy z akcií a jiných finančních jistin, z nemovitostí), dary a dědictví.

TIP

Školský fundraising není vymezen zvláštním zákonem. Upravuje ho obecná legislativa, zvláště zákon o účetnictví 563/1991 Sb., tzv. školský zákon 561/2004 Sb., zákon o dani z příjmu 586/1992 Sb., zákon o dani dědické, darovací a dani z převodu nemovitostí 357/1992 Sb. a zákon o veřejných sbírkách 117/2001 Sb.

Další informace najdete například v publikaci Bergerová, M. *Fundraising pro školy*. Praha, 2011.

Plánování fundraisingu, fundraisingová strategie

Fundraising se realizuje na základě strategie, která je konkrétně a komplexně rozpracována do plánů různého typu (dlouhodobé, střednědobé, krátkodobé, operační plány). Východiskem pro tyto plánovací procesy je strategie školy, která definuje především klíčové produkty (vzdělávací programy) a cílové skupiny, jimž jsou určeny.

Fundraisingový plán se odvíjí od připravované činnosti organizace a podobně jako ostatní plány by měl být pravidelně vyhodnocován a aktualizován podle aktuálních potřeb.

Dlouhodobé plánování by mělo přispívat k co nejefektivnějšímu dosažení plánů a cílů. Před samotným plánováním je nutné si uvědomit, jaké je poslání organizace a kam vlastně směřuje.

TIP

Jindra, J., Jupa, I. *Fundraising – vzdělávací manuály*. Kladno, 2000–2003.

Ivo Jupa ve svých vzdělávacích seminářích uvádí, že k úspěšnému fundraisingovému plánu je nezbytné kategorizovat aktuální stav organizace/školy.

1. Žáci, studenti – škola si musí ujasnit, zda ví, komu přesně chce nebo může poskytovat výsledky své práce.
2. Potřeby – je třeba jasně identifikovat, co žáci, studenti opravdu potřebují.
3. Produkty – určit, jakými produkty škola uspokojí potřeby žáků, studentů.
4. Procesy – přesně popsaná posloupnost činností a aktivit vedoucích k vzniku požadovaných produktů.
5. Zdroje – stanovit si, co a koho přesně škola potřebuje pro to, aby procesy mohly efektivně fungovat. Spadá sem dosažitelnost zdrojů, opakovatelnost podpory, možnosti a forma plnění a použitelnost zdrojů.
6. Struktury – určit systémy a organizační jednotky, které budou procesy podporovat, řídit a odpovídat za ně.

Strategie školy je pro fundraising nezbytná. Pokud ji škola nemá zpracovanou, a přesto se rozhodne věnovat fundraisingu, bude nucena při fundraisingových činnostech souběžně řešit i základní otázky strategie školy.

Fundraiser aneb kdo přinese školám peníze

„Přesvědčí jen přesvědčený.“

Základem úspěšného fundraisingu je dobrý fundraiser nebo spolupracující fundraisingový tým. Předpokladem úspěchu jsou především osobní vlastnosti fundraisera. Měl by být schopen nadhledu, měl by se umět vyznat v účetnictví a daňové problematice. Měl by být schopen rychle navazovat kontakty, zaujmout, strhnout dárce na svou stranu, spolupracovat s nimi a udržet si je. Musí dobře znát činnost školy a její cíle a ztotožňovat se s nimi. Musí být schopen unést zodpovědnost za svoji práci, své úspěchy i neúspěchy, které mají dopad na chod celé školy.

V českém školském prostředí se profesionální fundraiseri objevují jen výjimečně. V běžné praxi našich škol tuto funkci vykonává ředitel školy. Ten by měl z podstaty své funkce zvládat být dobrým stratégem, manažerem, výkonnou silou pro realizaci fundraisingu v celém jeho rozsahu i pečlivým úředníkem.

TIP

Spiralis, o. s. *Cesty k účinnému fundraisingu*. Praha, 2004.

Fundraisingový záměr

Každá žádost o podporu je spojena s konkrétním účelem. Účel, předmět podpory, je další skutečností, která vstupuje do hry a která soutěží o zájem a přízeň případných dárců a podporovatelů. V této soutěži tedy záleží nejen na škole, ale i na samotném účelu podpory.

Swou roli hraje také připravenost žadatele daný účel zrealizovat. Je proto důležité, jak přesně, jasně, přehledně, stručně a přitom srozumitelně a zajímavě žadatel tento účel vymezí.

Fundraisingový záměr je dokument, který slouží k ujasnění a vysvětlení plánovaných činností. Navíc je pro fundraisera východiskem ke komunikaci s jakýmkoliv podporovatelem, dárcem, sponzorem.

Ve fundraisingovém záměru autoři zpracovávají informace o osobě žadatele, identifikují problém, který chtějí řešit, stanovují cíle, kterých chtějí dosáhnout, popisují aktivity, s jejichž pomocí k cíli dojdou, cílové skupiny, kterým tyto činnosti přinesou užitek, vymezují časové a finanční rámce aktivit, identifikují osobu podporovatele, motivy jeho podpory, užitek, který mu podpora přinese.

Fundraisingový záměr má jasně strukturovaný obsah. Jeho zpracování může být heslovité. Důležité jsou informace, které v něm shromáždíme, a fakta, která tak utřídíme. Při zpracování fundraisingového záměru hledáme odpovědi na následující otázky: Kdo jsme? Co chceme řešit? Jaké změny dosáhneme? Kdo z toho bude profitovat? Co musíme udělat? Kdy budeme úkoly realizovat? Kolik bude řešení problému stát? Kdo projekt podpoří a proč?

Rizika

Aby byl fundraising efektivní, je třeba zbavit ho improvizace a náhodnosti. Je na místě dát fundraisingovým činnostem pravidla a systém a zasadit je do řádu a systému školy. Fundraising není izolovanou aktivitou odtrženou od záměrů, cílů, směřování školy, „stylu života“ a „ducha“ vzdělávací instituce. Je integrální součástí jejího celostního fungování a uspořádání.

Důležité je uvědomit si, že s fundraisingem jdou ruku v ruce i public relations a marketing školy.

Proč může být škola neúspěšná ve svém fundraisingu:

- Způsob prezentace školy – prezentace není ničím zajímavá, sdílí problémy, nesdílí však úspěchy, nebuduje pozitivní image školy.
- Intenzita prezentace – škola se neprezentuje dostatečně.
- Zacílení prezentace – škola neoslovuje vhodnou část trhu.
- Komunikace školy je neurčitá, nesrozumitelná, nepřesvědčivá, nevyvážená.
- Nepříznivá sociální situace regionu a jeho obyvatel.
- Nízká kvalita školy v očích veřejnosti – patologické jevy ve školním prostředí, pošramocená minulost školy, nevhodné prezentování zaměstnanců před veřejností apod.